

УДК 32.059.5

*С.Г. Вонсович*

## **Застосування технологій інформаційно-психологічного впливу в управлінні політичними процесами**

У статті автором досліджується проблема використання технологій інформаційно – психологічного впливу в управлінні політичними процесами. Розглядаються концептуальні підходи до цієї проблеми, а також визначаються тенденції прикладного використання даних технологій у політичному житті суспільства.

**Ключові слова:** технології інформаційно-психологічного впливу, нейролінгвістичне програмування, маніпулювання, політичний міф, ідеологічна обробка, сублімінарне переконання, пропаганда.

В статье автором исследуется проблема использования технологий информационно-психологического влияния в управлении политическими процессами. Рассматриваются концептуальные подходы к этой проблеме, а также определяются тенденции прикладного использования данных технологий в политической жизни общества.

**Ключевые слова:** технологии информационно-психологического влияния, нейралингвистическое программирование, манипулирование, политический миф, идеологическая обработка, сублиминарное убеждение, пропаганда.

Особливе місце в політиці займають методи інформаційно-психологічного впливу. Починаючи з кінця XIX ст. і упродовж усього XX ст., ціла низка великих європейських вчених, серед яких Г. Лебон [5], З. Фрейд, К.Г. Юнг, Е. Фром [8], В.М. Бехтерев [1], Е. Канетті [4], Х. Ортега-І-Гассет, С. Московичи, Т. Адорно, К. Хорні [9], і багато інших, звернулися до вивчення механізмів програмування поведінки як окремих індивідів, так і великих соціальних груп. Соціальні науки і психологія, активно вивчаючи глибинні шари індивідуального та колективного несвідомого, відкрили феномен масової поведінки, фундаментальне значення “маси” у політичному житті.

Процеси уніфікації і стандартизації атомізованого індивіда, характерні для сучасного інформаційного суспільства, значно

актуалізують наукові пошуки представників сучасної психології і соціальних наук у сфері управління соціальною та політичною поведінкою людей. Удосконалення управління поведінкою людей має як суто теоретичний, так і прикладний аспекти. Останній визначається, по-перше, динамічним розвитком споживацького суспільства, що не може існувати без комерційної реклами, по-друге, подальшим поглибленням процесів демократизації, розвитком інститутів громадянського суспільства, державотворенням, посиленням ролі громадської думки. Цим пояснюється стрімке зростання фундаментальних і прикладних досліджень з проблем управління та впливу, розробка методик вивчення й аналізу громадської думки, особливо у сфері політичної поведінки і поведінки споживачів.

Тому автор ставить за мету показати використання ТПП впливу (політичного гіпнотизування, політичного психо-програмування (зомбіювання), технологій НЛП), управління інформацією в політичних процесах.

Конкурентна демократія і конкурентна ринкова економіка засновується на праві індивіда на вибір: електорат вибирає своїх політичних представників, споживач – товари і послуги, народ – форму державного устрою й т.ін. Оскільки технології політичного управління засновані на адміністративному примусові і насильстві, характерні для недемократичних режимів, то за режиму демократії відбувається заміна на інші технології – технології впливу, маніпулювання свідомістю та управління поведінкою. Призначення цих технологій, часто узагальнено названих PR-технологіями, зводиться до впливу на процес вибору виборця (у політиці) або споживача (consumer) у соціально-економічній сфері.

Тому, у країнах з розвиненою демократією розширюються масштаби використання непрямих або прихованих механізмів впливу на політичну поведінку громадян. До числа технологій прихованого впливу слід віднести непрямі технології політичного впливу і маніпулювання. Одна із універсальних моделей прихованого (тобто непрямого) управління розроблена В.П. Шейновим. У цій моделі під прихованим управлінням людиною (адресатом впливу) розуміється такий керівний вплив на неї з боку керуючого суб'єкта (ініціатора), за якого, з одного боку, справжня мета ініціатора приховується від адресата, а з іншого, афішується інша мета (приваблива для адресата).

Отже, маніпулювання – розглядається як приховане управління адресатом супротив його волі, за якого ініціатор (маніпулятор) одержує односторонню перевагу або вигоду за рахунок адресата (жертви). Прикладом цього може бути шахрайство – як маніпулювання жертвою протизаконними способами, що підпадають під дію кримінального законодавства; обман як свідоме і несумлінне повідомлення адресатові (жертві) свідомо помилкової інформації з некоректною метою. Це найпростіший спосіб маніпулювання. Якщо він застосовується з метою нанесення жертві майнового збитку, то є однією із форм шахрайства[10, С. 6]. За цього обман, вчинений політиками з метою залучення голосів виборців, найчастіше приховується під найдобропорядними назвами, наприклад, “виборча програма кандидата”. Отже, маніпулювання визначається як особливий вид психологічного впливу.

Найчастіше термін “маніпуляція” використовується у двох значеннях: як складний прийом у ручній роботі, та як певна витівка, махінація (у переносному значенні). Тому термін “маніпуляція”, що позначає форму прихованого управління, впливу і контролю за поведінкою людей, у сфері політики найчастіше отождествлюють з терміном “макіавеллізм”.

Існує й інший еквівалент цього терміна – “маніпулювання”. Часто обидва терміни вживаються синонімічно, проте у новітній літературі з соціального управління соціальної і політичної психології ці поняття різняться. Під “маніпуляцією” найчастіше мають на увазі управління речами, об’єктами, феноменами об’єктивного світу, тоді як під “маніпулюванням” розуміється управління людьми – їх суб’єктивними станами, установками, потребами, ціннісними орієнтаціями, ідеологічними стереотипами, а також управління поведінкою людей, у тому числі й приховане.

У вмілому управлінському аспекті виявляється технологічна сутність маніпулювання. Далі ми розумітимемо під маніпулюванням вид психологічного впливу, митецьке виконання якого веде до прихованого порушення в іншій людині намірів, що не збігаються з його актуально існуючими бажаннями.

Доцільно, на нашу думку, розглянути також новітні сугестивні технології непрямого управління, що апелюють до глибинних шарів несвідомого. Досить часто в політиці

використовуються ці технології нейролінгвістичного програмування, недиригентного гіпнозу, зомбіювання.

Створення міфів, стійких стереотипів сприйняття і поведінки можна вважати формою політичного гіпнозу. Політична реклама все більше звертається до ірраціональних компонентів психіки людей. У кваліфікованому акті політичного гіпнотизування губиться межа між раціональним й ірраціональним, завдяки чому індивіди “розчиняються” в “натовпі” або “масі”, позбавляються власної індивідуальності, колективні переживання починають переважати над індивідуальними, відбувається “відключення” логічного мислення. Унаслідок цього як окремі індивіди, так і соціальні групи стають легко керованими.

Технології політичного гіпнотизування (досягнення якогось “сутінкового” стану специфічного напівсну, межового стану між сном і дійсністю з відключенням критичного сприйняття, обмеженням раціональної сфери мислення та підвищенням чутливості до зовнішнього впливу) використовуються політиками, що володіють, за М. Вебером, яскраво вираженою харизмою. Політиками зі здібностями до політичного гіпнозу вважають А. Гітлера, В.І.Леніна, І.В. Сталіна, Л.Д. Троцького, С.М. Кірова, Мао Цзедуна, Кім Ір Сена, Ф. Кастро, Че Гевари та ін.

На відміну від технологій політичного гіпнотизування, технології політичного психопрограмування або “зомбіювання” створюють набагато стійкіші стереотипи, а стан індивідів, змодельований у результаті такого психологічного впливу, існує набагато довше.

Під терміном “зомбіювання”, зі всією його нечіткістю, очевидно, слід розуміти форсовану обробку несвідомих шарів психіки людини. Внаслідок чого “Я” людини може трансформуватися, “розпливатися” або “зливатися” у якесь “ми”; значно знижується критичність мислення, розширюється сугестивна зона, завдяки чому відбувається “програмування” на добровільне, беззастережне, проте неусвідомлюване підпорядкування наказам маніпулятора.

У політ технології простежується “жорстке” і “м’яке” психопрограмування, причому “жорсткого” зомбі легко визначити за неадекватністю поведінки (відчуженість на обличчі, яка не відповідає емоціям, що виражаються в словах,

незвичайність кольору білків, млявість голосу, неправильна мова, відсутність здатності зосередитися, уповільненість реакцій, провали пам'яті.) “М'який” зомбі, власне кажучи, може нічим не відрізнятися від інших людей. Професійне “зомбіювання” за “м'якою” версією надзвичайно складне і трудомістке, вимагає тривалих зусиль, величезного пропагандистського апарату, однак “ідеологічна робота”, здійснювана партійно-державними механізмами у тоталітарних державах (СРСР, Німеччина, КНР, КНДР та ін.), довела практичну свою ефективність у цьому напрямку.

Процес психопрограмування, на думку Р. Роніна, припускає наявність трьох послідовних етапів:

- “промивання мозку” (очищення пам'яті від колись нею сприйнятого, деформування просторово-часових орієнтирів, формування байдужого ставлення до минулого і майбутнього...);
- “кодування” (активний вплив на психіку, імплантація у свідомість визначених ідей і уявлень);
- “закріплення” (контроль над змістом свідомості і зовнішніх джерел інформації) [7, С. 194].

Щодо соціальної групи наведена схема набуває наступного вигляду:

- ідеологічна обробка, використання технологій “промивання мозку”, придушення інакомислення, нівелювання особистості, усереднення індивідів, що складають групу, насадження уніфікованого способу мислення;
- застосування технік нейролінгвістичного програмування за допомогою технологій пропаганди й агітації, формування стандартизованих моделей мислення і стереотипів поведінки;
- ідеологічний контроль, зміцнення у свідомості індивідів і у колективному несвідомому ідеологізованих міфів та стереотипів.

Технології політичного маніпулювання спираються на особливі психологічні механізми, визначені В.М. Бехтеревим. У праці “Навіювання та його роль у суспільному житті” (1903), він стверджував, що “навіювання” (сугестія) – це “вторгнення (у свідомість) сторонньої ідеї без прямої й особистої участі в цьому акті “Я” суб'єкта”. Чи провадиться сугестія словами, чи іншими знаками, “скрізь вона впливає не шляхом логічного

переконання, а безпосередньо впливає на психічну сферу без відповідної переробки, завдяки чому відбувається дійсне щеплення ідеї, почуття, емоції або того, або іншого психофізичного стану”.

Переконання припускає активну участь суб’єкта, тому що йому пропонується низка доводів, що він осмислює і приймає або відкидає. В.М. Бехтерев підкреслював, що навіювання (сугестія), навпаки, “обходить” розум суб’єкта. Вона ефективна, коли вдається приглушити активність свідомості, приспати вартового: “Навіювання, на відміну від переконання, – писав В.М. Бехтерев, – проникає в психічну сферу поза особистої свідомості, входячи без особливої переробки безпосередньо у сферу загальної свідомості і укріплюються тут, як будь-який предмет пасивного сприйняття” (цит. за: [3, С. 67]).

І в політиці, і в економічній сфері технології нейролінгвістичного програмування (далі НЛП) є одними з найбільш поширених технологій прихованого управління, і які часто застосовуються.

НЛП полягає у прихованій зміні мислення і дій людей за допомогою семантичного кодування, складних значеннєвих асоціацій і являє собою технологію ефективної комунікації. Офіційно засновниками НЛП вважаються також такі дослідники: Джудіт Делозьє, Леслі Кемірон, Роберт Ділтс, Джозеф О’Коннор, Джон Сеймор. У книзі “Вступ до нейролінгвістичного програмування” вони визначають цей метод так: “Нейролінгвістичне програмування – громіздке словосполучення, за яким ховаються три прості ідеї. Частина “нейрон” відображає ту фундаментальну ідею, що поведінка бере початок у неврологічних процесах бачення, слухання, сприйняття запаху, смаку, дотику і відчуття. Ми сприймаємо світ через п’ять своїх органів чуттів, ми витягаємо “зміст” з інформації і потім керуємося ним. Наша неврологія містить не тільки невидимі розумові процеси, але й наші видимі фізіологічні реакції на ідеї і події. Одне просто є відображенням іншого на фізичному рівні. Тіло і розум утворюють нероздільну єдність, людську істоту. “Лінгвістична” частина назви показує, що ми використовуємо мову для того, щоб упорядковувати наші думки і поведінку й щоб вступати в комунікацію з іншими людьми.

У політичній сфері застосування НЛП отримало найбільшого поширення в практиці організації і проведення виборчих

кампаній. Найпоширенішою формою застосування НЛП під час взаємодії з аудиторією є така постановка питань (вербальний рівень), що містить якусь бажану інформацію, своєрідну “підказку”, готову відповідь на поставлене запитання.

Іншою технологією впливу, що використовується у політиці, є застосування запахів. Як стверджують фахівці, “не тільки безпосередні аромати, але й слова про запах дуже сильно діють на свідомість. Під впливом слів людина ніби відчуває той або інший аромат. Тому мова політиків і журналістів завжди повна відповідними метафорами: “запах смаженого”, “запах зради”... Одна із найсильніших метафор, що надовго позбавляє здорового глузду – “запах крові”. Запускаючи її в масову свідомість, можна легко викликати відповідні настрої в суспільстві. Використовуючи цю метафору, політики і військові нерідко дійсно влаштовують невеликий кривавий спектакль, жертвуючи певною кількістю життів, щоб викликати психологічний шок у громадян.

Однією із ключових технологій маніпулювання є управління інформацією у зв’язку з поширенням засобів комунікацій, стає однією із найбільш розповсюджених маніпулятивних технологій у політиці.

Серед цих технологій виокремлюють: 1. Приховування інформації, що найповніше простежується в замовчуванні – приховуванні визначених сюжетів або тем. Як варіант часто використовується метод часткового висвітлення або вибіркової подачі матеріалу. 2. Спосіб подачі інформації нерідко відіграє вирішальну роль в тому, щоб зміст, який повідомляється, був сприйнятий необхідним для його відправника чином. 3. Так само інформація, подана малими порціями, не дозволяє ефективно скористатися нею. 4. Спосіб komponування тем наводить одержувача інформації на цілком однозначні висновки. 5. Враховується час (момент) подачі інформації. Один із найвідоміших прийомів – показ її у найбільш (або найменш) зручний для телеглядачів час. Саме цей фактор визначає значущість і цінність посади спікера в будь-якому парламенті, оскільки залежно від того, у якому порядку ставляться на голосування питання або обговорюються пункти порядку денного, підсумковий результат голосування або обговорення буде різним через вплив результатів попереднього голосування або обговорення на наступні.

Також використовуються прийоми і у слуховій модальності – зміна музичної теми у фонограмі в момент, коли в дикторському тексті подається матеріал, на який необхідно звернути увагу аудиторії. Мимовільна реакція глядачів на зміну музичного фону підвищує пропускну здатність також і знакового каналу.

Один із видатних дослідників і фахівців у галузі соціальної психології Ф. Зімбардо, вважає, що сублімінальне переконання цілком здатне виявитися ефективним, хоча і за певних обмежень. Тобто підпорогові стимули, по-перше, можна накладати на матеріал, на якому зосереджена увага аудиторії; по-друге, за цього вони все одно викликають загальні емоції й установки, які, по-третє, досить сильні, щоб впливати на специфічну рольову поведінку [2, С. 302]. Проте у переважній більшості випадків ефективність методик сублімінального впливу зумовлена так званим ефектом “плацебо”, у якому психотехнології виступають ефективним рекламним слоганом.

Останнім часом галузь досліджень сублімінальних впливів розвивається надзвичайно інтенсивно і сьогодні фахівці всерйоз стурбовані перспективою настання епохи психотероризму. Але поки що найефективними і поширеними технологіями є технології маніпулювання інформацією. Одна із таких технологій обмеження доступу до інформації може бути названа як “неістинність інформації”, що припускає наступне:

1. Громадяни мають неповноцінну інформацію.
2. Громадяни знають, що мають неповноцінну інформацію.
3. Коштує дорого вимога додаткової інформації або одержання доступу до неї.
4. Очікувані вигоди з додаткової інформації сприймаються як менш цінні, ніж плата за неї.

Маніпулятивна сутність пропаганди полягає в тому, що остання може розумітися як навмисне спровокована кампанія, що відбувається, з метою змусити людей прийняти дану точку зору, настрій або цінність. Її особливість полягає в тому, що, прагнучи досягти цієї мети, вона не надає можливості неупередженого обговорення протилежних поглядів. Ціль домінує, а засоби підпорядковані їй.

Однією із найбільш витончених і складних технологій політичного маніпулювання є моделювання й оперування політичними міфами в суспільній свідомості. Феномен політичного міфу як ефективний засіб у суперництві політичних



партій, об'єднань, рухів, лідерів, кандидатів і інститутів влади, набуває особливої значущості. Усупереч уявленню, що міф являє собою архаїчну, а отже, застарілу і тому таку, що відмирає, структуру психіки, міф не йде в історичне небуття. Можливо, вперше за всю історію людства міфотворчість стає своєрідним полігоном для відпрацьовування витончених механізмів маніпулювання свідомістю величезних мас людей, ефективним засобом політичної боротьби.

Саме використання міфу знаходиться в основі технологій ефективної пропаганди. Сучасна людина, найчастіше того не усвідомлюючи, живе у світі міфів. Сучасні міфи, що набули науково-теоретичної форми, оповідають про чудеса зовсім іншого плану – про можливість побудови суспільства щастя й справедливості, перевагу однієї нації або класу над іншими, всесія науки, можливість миттєвих економічних і політичних трансформацій, переваги демократії й правового режиму, технологічний та інформаційний прогрес тощо.

Як і давні міфи, вони опановують свідомістю мас і спрямовують їх активність у визначене русло. Віра в подібні міфи стає особливо значущою в періоди глибоких криз і катаклізмів (війни, революції і т.ін.) у момент, коли відбувається руйнація колишніх ціннісних систем, відмирання старих ідеалів й зароджування нових. Втолене, залякане, позбавлене звичних підвалин суспільство кидається з однієї крайності в іншу в пошуках нової міфології, здатне повірити у будь-яке диво, аби відновити хоча б видимість стабільності.

Цим уміло користуються сучасні міфотворці: політики, економісти, соціологи, фінансисти, політологи, філософи, бізнесмени, фахівці зі сфери PR, що складають усілякі “теорії” і “програми”, покликані за короткий термін привести країну до благоденства й процвітання. Сучасні політичні міфи діють зовсім по-іншому... Вони спочатку змінюють людей, щоб потім мати можливість регулювати і контролювати їх діяння... Люди стають жертвами міфів без серйозного опору... Звичайні методи політичного насильства не здатні на подібний ефект... Напі сучасні політики прекрасно знають, що великими масами людей набагато легше керувати силою уяви, ніж грубою фізичною силою. І вони майстерно використовують це знання. Політик став кимось на зразок публічного провісника майбутнього. Пророцтво стало невід’ємним елементом у новій техніці соціального управління [5, С. 61-65].

Необхідною умовою для існування міфу є психологічне співпереживання історії, що міститься в ньому, відчуття аналогії і відповідності міфічної історії й актуальної життєвої ситуації (або ж віри в її наявність), у якій індивід або суспільство шукає правильне рішення.

Значну увагу дослідженню ролі політичного міфу приділяють російські дослідники. Наприклад, С.Г. Кара-Мурза [3] докладно аналізує специфіку маніпулювання суспільною свідомістю. В.С. Полосін, визначаючи сутність міфу як форму узагальненого іншомовного вираженого соціального досвіду, трактує міф як універсальний засіб масової комунікації.

Аналізуючи проблеми політичної міфології, В.С. Полосін називає політичним міфом досвід, що зберігається в колективній пам'яті народу, пов'язаний з дією інститутів його самоорганізації і управління й спрямований на зміцнення державного суверенітету [7, С. 169]. Як один із потужних засобів комунікації, політичний міф сам може виступати продуктом або результатом використання політичних технологій, що дає можливість взаємодіяти з колективним несвідомим, конструювати й видозмінювати зовнішні форми його прояву.

Отже, сучасні динамічні процеси соціальної трансформації вимагають відмовлення від однозначних і одномірних підходів та оцінок до розуміння сутності суспільства, спонукають до нового осмислення процесів, що відбуваються в ньому.

#### **Список використаних джерел**

1. Бехтерев В.М. Внушение и толпа // Психология толпы: социальные и политические механизмы воздействия на массы. – М.; СПб.: Изд-во ЭКСМО; Terra Fantastica, 2003. – 800 с.
2. Зимбардо Ф., Ляйппе М. Социальное влияние. – СПб.: Изд-во “Питер”, 2000. – 448 с.
3. Кара-Мурза С. Г. Манипуляция сознанием. – М.: Алгоритм, 2000. – 736 с.
4. Канетти Э. Масса и власть / Пер.с нем. Л. Ионина. – М.: “Ad Marginem”, 1997. – 527 с.
5. Кассирер Э. Политические мифы // Вестн. МГУ. Сер. 7. – М., 1990. – №2. – С. 58-69.
6. Лебон Г. Психология социализма: Пер. с франц. – СПб.: Макет, 1996. – 544 с.

7. Полосин В.С. Миф. Религия. Государство. – М.: Ладомир, 1999. – 440 с.
8. Ронин Р. Своя разведка: способы вербовки агентуры, методы проникновения в психику, форсированное воздействие на личность, технические средства скрытого наблюдения и съема информации: Практик. пособие. – Мн.: “Харвест”, 1998. – 368 с.
9. Фромм Э. Бегство от свободы // Догмат о Христе. – М.: Олимп; ООО “Издательство АСТ-ЛТД”, 1998. – 416 с.
10. Хорни К. Невротическая личность нашего времени. Самоанализ: Пер. с англ. / Общ. ред. Г.В. Бурменской. – М.: Изд. группа “Прогресс” – Универс, 1993. – 480 с.
11. Шейнов В.П. Психология обмана и мошенничества. – М.; Мн.: ООО “Издательство АСТ”; Харвест, 2001. – 512 с.

The article deals with the use of technologies of informative-psychological influence in management of political processes. The conceptual approaches are analyzed, and also the tendencies to their application in political life are cleared out.

**Key words:** technologies of informative-psychological influence, neurolinguistic programming, manipulation, political myth, ideological influence, propaganda.

*Отримано: 14.10.2008.*

**УДК 159.946:159.923**

*О.В. Гаврилов*

## **Мова, мовлення, їхні функції і вплив на психічний розвиток особистості**

У статті узагальнена характеристика розвитку мовлення як складової психічної діяльності суб'єкта в цілому, показані його функції та вплив на психічний розвиток особистості.

**Ключові слова:** мова, мовлення, мовленнєві функції, засоби комунікації, знак, значення.

В статье обобщена характеристика развития речи как составной психической деятельности субъекта в целом, показано ее функции и влияние на психическое развитие личности.